

Exame Final Nacional de Inglês

Prova 550 | 2.ª Fase | Ensino Secundário | 2026

11.º Ano de Escolaridade – Continuação – bienal

Decreto-Lei n.º 55/2018, de 6 de julho | Decreto-Lei n.º 62/2023, de 25 de julho

Duração da Componente Escrita da Prova: 105 minutos. | Tolerância: 30 minutos. 14 Páginas

A componente escrita da prova inclui 14 itens, devidamente identificados no enunciado (*), cujas respostas contribuem obrigatoriamente para a classificação final. Dos restantes 4 itens da componente escrita da prova, apenas contribuem para a classificação final os 2 itens cujas respostas obtenham melhor pontuação.

As respostas aos itens da prova são registadas no caderno de respostas.

Nas respostas aos itens, não forneça elementos da sua identificação pessoal, como o seu nome.

Não é permitida a consulta de dicionários.

A componente escrita da prova é constituída por três partes (A, B e C) e inicia-se com a compreensão do oral.

As cotações dos itens encontram-se no final do enunciado da prova.

Página em branco

ATENÇÃO

Só pode virar esta página quando receber indicação para tal.

Página em branco

Part A – Listening

Text 1

You will hear three teenagers talking about the radio.

- * 1. Match the names (**Sophia**, **Dylan** or **Bruce**) in column **A** with the ideas they express in column **B**.

Use all the ideas once.

On the answer sheet, for each letter, mark the correct number(s).

COLUMN A	COLUMN B
(a) Sophia	(1) The radio is not for me, but I get why people like it.
(b) Dylan	(2) We can access a variety of content while doing different things.
(c) Bruce	(3) The radio seems too unplanned and unpredictable.
	(4) The radio is a way to keep up with international news.
	(5) Unlike lots of my peers, I listen to the radio.
	(6) Favourites and podcasts fit my routine better.
	(7) The radio brings me closer to my community.

Text 2

You will hear a podcast about influencers.

2. Choose the correct option (A, B or C).

On the answer sheet, for each item, mark the correct option.

* 2.1. According to the host, this podcast focuses on

- (A) young influencers.
- (B) influencers' impact.
- (C) influencers' brands.

* 2.2. Eva and Liam seem to disagree on

- (A) the ability to stay creative while promoting a brand.
- (B) whether it is possible to promote a brand and remain honest.
- (C) research that shows how influencers affect teens' critical thinking.

* 2.3. When discussing how influencers affect audiences, both interviewees recognise the

- (A) power of connection and emotion.
- (B) importance of information and consistency.
- (C) value of proper knowledge and training.

* 2.4. For Eva, Liam's idea of authenticity is

- (A) unusual among influencers.
- (B) a powerful tool used to sell.
- (C) incompatible with a brand's goals.

* 2.5. Eva thinks parents can help teens deal with the power of influencers if they

- (A) forbid them from using social media at home.
- (B) advise them to follow the right creators.
- (C) guide teens without criticising them.

* 2.6. For Liam, nowadays it is easier to face social pressure because influencers can

- (A) communicate directly with their audience.
- (B) collaborate with schools, NGOs and psychologists.
- (C) be held responsible for their actions and decisions.

Part B – Use of English and Reading

1. Read the text below and decide which answer (1, 2 or 3) fits each gap.

On the answer sheet, for each letter, mark the correct number.

Celebrities are better known than most political figures in this day and age. They possess a unique ability to shape public opinion, **(a)** consumer behavior, and drive social change. Many fear their **(b)** in politics might make it even more trend-driven than it already is. However, their popularity also presents an opportunity to address pressing societal issues and promote positive change. By leveraging their platforms for social impact, celebrities can inspire millions of fans to engage in meaningful action and contribute to a more just and **(c)** world. As influential figures, celebrities must act with integrity, transparency, and a genuine commitment to making a difference.

<https://thesciencesurvey.com> (accessed 16.10.2025). (Abridged and adapted)

(a)	(b)	(c)
(1) influenced	(1) involving	(1) equality
(2) influencing	(2) involvement	(2) equalise
(3) influence	(3) involve	(3) equitable

*** 2.** Read the following paragraph about journalism. Three sentences have been removed from it.

From sentences **(1)** to **(5)**, choose the one which fits each gap **(a)** to **(c)**.

Two of the sentences do not apply.

On the answer sheet, for each letter, mark the correct number.

The concept of journalism has changed dramatically in recent decades. Traditional print and broadcast outlets remain, but an explosion of alternative news sources has diminished their influence. **(a)** They are commonly defined as independent, unaffiliated news gatherers who report via social media, blogs, newsletters, and podcasts. The audience may amount to a few dozen or up to several million, depending on the journalist's reach. **(b)** In America, for example, it dates back to the birth of the United States, when activist patriots printed pamphlets explaining why they supported the colonies' independence from Britain. **(c)** It gave amateur journalists the platforms they needed to report news frequently unknown or ignored by the mainstream press.

www.britannica.com (accessed 29.09.2025). (Abridged and adapted)

- (1)** However, it was the advent of the Internet that dramatically drove the growth of citizen journalism.
- (2)** Citizen journalism is a strong example of a phenomenon that has frequently clashed with mainstream media.
- (3)** Citizen journalism is not a new phenomenon.
- (4)** In fact, the arrival of the Internet played a key role in reporting on local activities and bringing to light issues of regional importance.
- (5)** Among the most important new developments is the rise of citizen journalists.

Página em branco

Read the following text about media and news influencers.

It's no surprise that young Americans say social media is their preferred way to get news. But a growing number of them are turning to news influencers—those familiar faces who often share frank, direct-to-camera videos—to learn about what's going on. In 2024, a study found that about one in five Americans (21%)—including 37% of adults under 30—said they regularly got news from influencers.

Divya Nagarajan, 19, one of many teens we talked to, says that seeing the same people in her feed makes them seem more trustworthy. She favors the conversational tone news influencers use and the personal feel of their content versus the breaking news alerts from conventional media. Rachel Karten, a social media consultant, says users don't want to leave the platforms where they already scroll, so you have to meet them where they are: "They're not there necessarily to consume news, but if it appears in their feeds, they're going to watch it," she explains. "And they're going to start to grow a connection with the person who is reporting that news, just because they relate to them."

Using influencers can be a great way to connect with new audiences, but there are concerns that social content creators could be fueling the misinformation crisis. According to research, 77% of these influencers have no background in journalism or affiliation with a news organization, which means they may not have strict standards for vetting the information they share. The growing interest in hiring or promoting camera-ready creators with a strong personal brand is also troubling for journalists who aren't particularly interested in being social media stars.

Talent-driven journalism isn't exactly new. People have long preferred voices they recognize. It breeds trust, and it's no different on social media. Traditional media companies take more time to adjust, but they are now employing influencers to help reach a younger audience. According to journalist Dave Jorgenson, some newspapers' social media influencers are now younger than on other platforms, as many followers feel a personal connection with the hosts. "These people have been with us since they were teenagers, and we take that relationship very seriously," he says. Sara Sines, a 24-year-old performer, says she gets most of her news from influencers on social media. If she recognizes the face of someone whose approach she liked in the past, she stops to hear their take on an issue when they pop up on her social media page.

For some publishers, social media has been the key to reaching new, younger audience members, like Sines. "Young people like to follow people; they don't really like to follow brands," says video producer Macy Gilliam. She believes introducing creator personalities benefits everyone: in-house influencers bring personality and trustworthiness to the brand, creators get the company's editorial support, and audiences get more engaging content.

Talent-driven journalism presents many opportunities. But even as audience strategist Mayra Báez acknowledges the positives—like the chance for people from underrepresented backgrounds to build their own following—she cautions that the practice also poses many challenges. First, Báez says, social media takes place on "borrowed land," and adjusts its content to platforms with changing algorithms that generally deprioritize news. That makes it harder for news providers to ensure their coverage reaches the intended audiences, and for audiences to access the perspectives they are searching for. Additionally, Báez points out, not every journalist wants to be a public-facing personality. The shift toward news influencers favors extroverts over highly skilled journalists who do critical behind-the-scenes investigative work. It also increases the likelihood of harassment, burnout, and instability, especially for journalists from marginalized backgrounds.

Time will tell whether news organizations can invest in influencers to effectively benefit reporters and audiences alike. "Done right, it could strengthen journalism," says Báez. "Done poorly, it could widen existing inequalities and destabilize an already fragile industry."

www.teenvogue.com (accessed 29.08.2025). (Abridged and adapted)

- * 3. Match the ideas in column **A** with the corresponding paragraph in column **B**.
Two of the paragraphs do not apply.

On the answer sheet, for each letter, mark the correct number.

COLUMN A	COLUMN B
(a) Individuals over companies	(1) Paragraph one
(b) News influencers will either make or break journalism	(2) Paragraph three
(c) Figures confirm the rise of influencers	(3) Paragraph five
	(4) Paragraph six
	(5) Paragraph seven

4. Choose the correct option (**A**, **B**, **C** or **D**) to complete the sentences according to the text.

On the answer sheet, for each item, mark the correct option.

- 4.1. In this text, the writer's main purpose is to show how

- (A) young people's news consumption is adapting to social media trends.
- (B) the influencers' impact on young people is changing the news industry.
- (C) traditional news media journalists are trying to respond to influencers.
- (D) journalism today is giving in to the dangers of social media.

- * 4.2. In paragraph 3, the writer wonders whether influencers

- (A) are loyal to the news organisations they work for.
- (B) examine the credibility of the news they share.
- (C) serve as the best means to connect with audiences.
- (D) have the necessary qualities to be media stars.

- 4.3. In paragraph 4, Jorgenson and Sines say that news is more easily consumed when it is

- (A) delivered by influencers with many followers.
- (B) shared by traditional media companies.
- (C) presented by creators that users bond with.
- (D) posted by serious content creators.

* 4.4. According to paragraph 6, when news providers use social media platforms, they

- (A) favour journalists who are highly-skilled.
- (B) manipulate news to reach the intended audience.
- (C) deprioritise news over public-facing personalities.
- (D) fail to fully reach their target audience.

* 5. Match each word in column A with the word/expression it refers to in column B.

Two of the options in column B do not apply.

On the answer sheet, for each letter, mark the selected number.

COLUMN A	COLUMN B
(a) them (l. 7)	(1) many teens
(b) them (l. 10)	(2) the same people
(c) them (l. 13)	(3) users
	(4) feeds
	(5) the person

6. Match each word in column A with the word in column B that can replace it in the text.

Two of the options in column B do not apply.

On the answer sheet, for each letter, mark the selected number.

COLUMN A	COLUMN B
(a) take (l. 21)	(1) opinion
(b) take (l. 25)	(2) have
(c) take (l. 28)	(3) require
	(4) attempt
	(5) regard

Part C – Written Interaction and Production

- * 1. Imagine you have just come across a piece of fake news about your favourite singer or band, announcing the end of their music career. You decide to write the platform manager an email.

Write a formal email to the platform manager, in which you mention:

- how you felt when you read the news
- a reason why you know it is fake
- an action to minimise the impact of this fake news.

Write your text in 60–80 words. Use an appropriate style.

New message   

Dear Sir/ Madam,

Best regards,

Do not sign your email.

- * 2. Imagine your English teacher has asked you to write an opinion text for your school newspaper on the following topic:

“Is television still an important source of information and entertainment in modern society?”

Write an opinion text on the topic.

Provide three clear reasons, with corresponding examples, to support your opinion.

Write a minimum of 160 words.

Do not sign your text.

FIM

COTAÇÕES

As pontuações obtidas nas respostas a estes itens da prova contribuem obrigatoriamente para a classificação final.	Parte A							Parte C		Parte D	Subtotal
	1.	2.1.	2.2.	2.3.	2.4.	2.5.	2.6.				
	Parte B										
	2.	3.	4.2.	4.4.	5.		1.	2.	Produção e Interação Orais		
Cotação (em pontos)	12 × 8 pontos							8	40	40	184
Destes 4 itens, contribuem para a classificação final da prova os 2 itens cujas respostas obtenham melhor pontuação.	Parte B										Subtotal
	1.	4.1.	4.3.	6.							
Cotação (em pontos)	2 × 8 pontos										16
TOTAL											200

Prova 550

2.^a Fase

Exame Final Nacional de Inglês

Prova 550 | 2.ª Fase | Ensino Secundário | 2026

11.º Ano de Escolaridade – Continuação – bienal

Decreto-Lei n.º 55/2018, de 6 de julho | Decreto-Lei n.º 62/2023, de 25 de julho

Critérios de Classificação (Componente Escrita da Prova)

6 Páginas

CRITÉRIOS GERAIS DE CLASSIFICAÇÃO

A classificação a atribuir a cada resposta resulta da aplicação dos critérios gerais e dos critérios específicos apresentados para cada item e é expressa por um número inteiro.

As respostas ilegíveis ou que não possam ser claramente identificadas são classificadas com zero pontos.

ITENS DE SELEÇÃO

As respostas aos itens de seleção podem ser classificadas de forma dicotómica ou por níveis de desempenho, de acordo com os critérios específicos. No primeiro caso, a pontuação só é atribuída às respostas corretas, sendo todas as outras respostas classificadas com zero pontos. No caso da classificação por níveis de desempenho, a cada nível corresponde uma dada pontuação, de acordo com os critérios específicos.

ITENS DE CONSTRUÇÃO

As respostas aos itens de construção são classificadas por níveis de desempenho. A cada nível corresponde uma dada pontuação, de acordo com os critérios específicos.

Se permanecerem dúvidas quanto ao nível a atribuir, deve optar-se pelo nível mais elevado de entre os dois tidos em consideração. Qualquer resposta que não atinja o nível 1 de desempenho é classificada com zero pontos.

As respostas que não apresentem exatamente os termos ou expressões constantes nos critérios específicos de classificação são classificadas em igualdade de circunstâncias com aquelas que os apresentem, desde que o seu conteúdo seja cientificamente válido, adequado ao solicitado e enquadrado pelos documentos curriculares de referência.

Em caso de omissão ou de engano na identificação de uma resposta, esta pode ser classificada se for possível identificar inequivocamente o item a que diz respeito.

Se for apresentada mais do que uma resposta ao mesmo item, só é classificada a resposta que surgir em primeiro lugar.

As respostas que não correspondam ao solicitado, independentemente da qualidade do texto produzido, são classificadas com zero pontos.

No item 2. da Parte C (resposta extensa), os critérios de classificação apresentam-se organizados em quatro parâmetros: Desenvolvimento Temático (DT), Coerência e Coesão (CC), Eficácia Comunicativa (EC) e Âmbito, Adequação e Correção (AAC).

Cada parâmetro encontra-se organizado por níveis de desempenho.

A atribuição de zero pontos no parâmetro do Desenvolvimento Temático (DT) implica a atribuição de zero pontos nos restantes parâmetros.

A classificação a atribuir à resposta resulta da soma das pontuações atribuídas aos diferentes parâmetros.

Nos itens da Parte C (resposta restrita e resposta extensa), sempre que a resposta não respeite os limites de extensão estabelecidos, aplica-se um desconto ao total da pontuação atribuída, de acordo com os critérios específicos.

CRITÉRIOS ESPECÍFICOS DE CLASSIFICAÇÃO

Parte A – Compreensão do oral

Texto 1

1. 8 pontos

(a) Sophia → (5), (7); (b) Dylan → (1), (3), (6); (c) Bruce → (2), (4).

Nível	Descritor de desempenho	Pontuação
3	Associa corretamente seis ou sete ideias aos respetivos nomes.	8
2	Associa corretamente quatro ou cinco ideias aos respetivos nomes.	5
1	Associa corretamente duas ou três ideias aos respetivos nomes.	2

Nota – Caso o examinando associe um número da coluna B a mais do que um nome da coluna A, o número em causa deixa de ser considerado para efeitos de classificação.

Texto 2

2.1. a 2.6. (6 × 8 pontos) 48 pontos

Item	2.1.	2.2.	2.3.	2.4.	2.5.	2.6.
Chave	(B)	(B)	(A)	(A)	(C)	(A)

Parte B – Uso da língua e Leitura

1. **8 pontos**

$(a) \rightarrow (3); (b) \rightarrow (2); (c) \rightarrow (3).$

2. **8 pontos**

$(a) \rightarrow (5); (b) \rightarrow (3); (c) \rightarrow (1).$

3. **8 pontos**

$(a) \rightarrow (3); (b) \rightarrow (5); (c) \rightarrow (1).$

4.1. a 4.4. (4 × 8 pontos) **32 pontos**

Item	4.1.	4.2.	4.3.	4.4.
Chave	(B)	(B)	(C)	(D)

5. **8 pontos**

$(a) \rightarrow (2); (b) \rightarrow (3); (c) \rightarrow (5).$

6. **8 pontos**

$(a) \rightarrow (3); (b) \rightarrow (5); (c) \rightarrow (1).$

Parte C – Interação e Produção escritas

1. 8 pontos

Redigir uma mensagem de correio eletrónico formal (60-80 palavras), dirigida ao gestor de uma rede social, a propósito de uma notícia falsa sobre o fim da carreira musical de um(a) cantor(a) ou banda preferido(a). No e-mail, tem de referir:

- como se sentiu quando leu a notícia;
- uma justificação para a notícia ser falsa;
- uma medida a adotar para minimizar o impacto da notícia falsa.

Nível	Descritor de desempenho	Pontuação
4	Redige um texto em que: – apresenta os três aspetos solicitados; – pode apresentar incorreções linguísticas que não comprometem a compreensão; – revela uma organização clara do discurso.	8
3	Redige um texto em que: – apresenta dois dos três aspetos solicitados; – pode apresentar incorreções linguísticas que não comprometem a compreensão; – revela uma organização clara do discurso. OU – apresenta os três aspetos solicitados; – apresenta incorreções linguísticas que condicionam a compreensão OU revela uma organização nem sempre clara do discurso.	6
2	Redige um texto em que: – apresenta dois dos três aspetos solicitados; – apresenta incorreções linguísticas que condicionam a compreensão OU revela uma organização nem sempre clara do discurso. OU – apresenta os três aspetos solicitados; – apresenta incorreções linguísticas que condicionam a compreensão E revela uma organização nem sempre clara do discurso.	4
1	Redige um texto em que: – apresenta um dos três aspetos solicitados; – pode apresentar incorreções linguísticas que não comprometem a compreensão OU revelar uma organização nem sempre clara do discurso. OU – apresenta dois dos três aspetos solicitados; – apresenta incorreções linguísticas que condicionam a compreensão E revela uma organização nem sempre clara do discurso.	2

Notas:

1. Fator de desvalorização – limites de extensão

Sempre que a resposta apresente uma extensão que não respeite os limites estabelecidos (60-80 palavras), aplica-se um desconto de um ponto ao total da pontuação atribuída.

2. A utilização de um registo de língua não adequado ao destinatário e à situação comunicativa proposta implica a atribuição da pontuação do nível de desempenho imediatamente inferior ao nível inicialmente atribuído, tendo em conta os descritores apresentados.

2. 40 pontos

Parâmetro	Nível	Descritor de desempenho	Pontuação
Desenvolvimento Temático	3	Redige um texto, desenvolvendo o tema proposto sem desvios ou com desvios pontuais relativamente ao que é solicitado.	10
	2	Redige um texto, desenvolvendo o tema proposto com desvios que não comprometem o que é solicitado.	6
	1	Redige um texto, desenvolvendo o tema proposto com desvios que comprometem o que é solicitado.	2
Coerência e Coesão	3	Redige um texto globalmente organizado, tendo em conta os aspetos seguintes: • articulação de ideias; • delimitação de parágrafos; • mecanismos de coesão.	10
	2	Redige um texto com falhas ocasionais na sua organização, tendo em conta os aspetos seguintes: • articulação de ideias; • delimitação de parágrafos; • mecanismos de coesão.	6
	1	Redige um texto com falhas sistemáticas na sua organização, tendo em conta os aspetos seguintes: • articulação de ideias; • delimitação de parágrafos; • mecanismos de coesão.	2
Eficácia Comunicativa	3	Redige um texto que cumpre globalmente e com eficácia o solicitado nos aspetos seguintes: • contexto e destinatário(s); • intenções comunicativas.	10
	2	Redige um texto que evidencia falhas no cumprimento do solicitado em um dos aspetos seguintes: • contexto e destinatário(s); • intenções comunicativas.	6
	1	Redige um texto que evidencia falhas no cumprimento do solicitado nos aspetos seguintes: • contexto e destinatário(s); • intenções comunicativas.	2
Âmbito, Adequação e Correção	3	Redige um texto, apresentando um repertório globalmente variado de recursos linguísticos, podendo apresentar incorreções ocasionais que não comprometem a compreensão em quaisquer dos aspetos seguintes: • vocabulário; • estruturas gramaticais; • pontuação e ortografia.	10
	2	Redige um texto, apresentando um repertório pouco variado de recursos linguísticos, com incorreções ocasionais que não comprometem a compreensão em quaisquer dos aspetos seguintes: • vocabulário; • estruturas gramaticais; • pontuação e ortografia.	6
	1	Redige um texto, apresentando um repertório limitado de recursos linguísticos, com incorreções que podem comprometer a compreensão em quaisquer dos aspetos seguintes: • vocabulário; • estruturas gramaticais; • pontuação e ortografia.	2

Notas:

1. Fator de desvalorização – limites de extensão

Sempre que a resposta apresente uma extensão inferior a 160 palavras, aplica-se um desconto de dois pontos ao total da pontuação atribuída.

2. A atribuição de zero pontos no parâmetro do Desenvolvimento Temático (DT) implica a atribuição de zero pontos nos restantes parâmetros.

COTAÇÕES

As pontuações obtidas nas respostas a estes itens da prova contribuem obrigatoriamente para a classificação final.	Parte A							Parte C		Parte D	Subtotal
	1.	2.1.	2.2.	2.3.	2.4.	2.5.	2.6.				
	Parte B										
	2.	3.	4.2.	4.4.	5.			1.	2.	Produção e Interação Orais	
Cotação (em pontos)	12 × 8 pontos							8	40	40	184
Destes 4 itens, contribuem para a classificação final da prova os 2 itens cujas respostas obtenham melhor pontuação.	Parte B										Subtotal
	1.	4.1.	4.3.	6.							
Cotação (em pontos)	2 × 8 pontos										16
TOTAL											200